

УДК 005.6

**ПРОБЛЕМЫ ПРОЦЕССА СТАНДАРТИЗАЦИИ ПРОДАЖНОГО И  
ПОСЛЕПРОДАЖНОГО СЕРВИСА ОРГАНИЗАЦИИ**

**Кобзева В.А.** (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет  
информационных технологий, механики и оптики)

**Научный руководитель – к.э.н., доцент Медведева О.Е.**

(Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных  
технологий, механики и оптики)

**Аннотация.** Процесс стандартизации тех или иных областей деятельности компании – важная часть системы менеджмента качества любой организации. Этот процесс сопровождается различными этапами, и на каждом этапе мы сталкиваемся с различными проблемами.

**Введение.** Малое предпринимательство сталкивается с различными вызовами в своей деятельности. Самым главным вызовом является конкурентная среда. Чтобы иметь преимущества перед конкурентами, необходимо определить свои сильные и слабые стороны, чтобы просчитать возможные риски и возможности. Одним из инструментов для повышения конкурентоспособности организации является управление качеством. При этом управление качеством – это достаточно объемный блок в деятельности компании, куда входят как сама система менеджмента качества организации, так и стандарты товаров, услуг.

В нашей статье мы говорим о малом предпринимательстве и деятельности, связанной с продажным и послепродажным сервисом. Эта деятельность является внешним проявлением всех аспектов функционирования компании. Именно на основе продажного опыта и сервисного обслуживания после мы можем дать свою оценку компании: она доброкачественно предоставляет услуги или продает товар или нет. Поэтому процесс стандартизации продажного и послепродажного сервиса организации крайне важен и необходим.

**Основная часть.** В статье мы провели работу над выделением блоков и этапов, входящих в процесс стандартизации продажного и послепродажного сервиса организации. В результате создания структуры процесса стандартизации были определены ключевые проблемы каждого этапа, с которым может столкнуться компания, являющаяся примером сегмента малого предпринимательства.

Целью написания статьи было найти решения для этих проблем с пошаговым описанием действий, которые должны быть осуществлены со стороны руководства организации.

**Выводы.** Как мы уже писали, малый бизнес ежедневно сталкивается с различными вызовами, которые стоят на пути его развития. Чтобы преодолевать их, важно понимать, что можно делать в той или иной ситуации. Решение проблем процесса стандартизации продажного и послепродажного сервиса организации - это всего лишь один вызов, с которым может столкнуться компания, решившая внедрить в свою деятельность управление качеством. И если среагировать на это в самом начале на этапе планирования – это минимизация возможных дальнейших расходов, которые малый бизнес иногда не готов понести.

Кобзева В.А.  
(автор)

Подпись

Медведева О.Е.  
(научный руководитель)

Подпись